

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama menjadi mahasiswa jurusan film di Universitas Multimedia Nusantara, semua hal terkait film dipelajari. Mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi, dan juga distribusi serta pemasaran atau *marketing*. Fase *marketing* dalam pembuatan film sangat krusial, karena pada akhirnya film juga perlu untuk dipasarkan untuk dijual sehingga bisa mendapatkan keuntungan dari film yang dibuat dan memungkinkan untuk melakukan banyak produksi lain. Namun, fase *marketing* ini tidak terjadi hanya di film, tetapi juga banyak di dunia komersil khususnya sosial media yang sangat ramai di khalayak umum sekarang. Sosial media sendiri menjadi platform yang penting dalam pemasaran di banyak sektor ekonomi. Mulai dari film sebagai produk digital, produk-produk fisik, dan juga jasa. Pemasaran melalui sosial media ini memiliki banyak cara hingga ke aspek-aspek kecil, mulai dari video, poster dan *copywriting*. *Copywriting* sendiri berjalan bersama video dan poster sebagai sarana membantu menyampaikan ide yang dimaksud oleh klien kepada calon-calon pembeli sehingga calon-calon pembeli lebih tertarik untuk membeli produk atau jasa klien.

Salah satu model bisnis jasa yang sudah familiar di masyarakat umum ada jasa pemasaran dalam bentuk yang kita kenal sebagai *marketing agency*. *Marketing Agency* adalah sebuah badan usaha yang menawarkan jasa pemasaran kepada klien-klien, dan bertanggung jawab terhadap proses pemasaran barang atau jasa klien kepada calon-calon pembeli mereka. *Marketing agency* memiliki ketereampilan khusus dalam *digital marketing*. Menurut Taherdoost (2023), *digital marketing* adalah penggunaan teknologi informasi di dalam proses pembuatan, komunikasi, dan memberikan sebuah dampak kepada klien yang bisa menguntungkan bisnis mereka. Dengan kata lain, *digital marketing* adalah tugas *marketing agency* dalam

menggunakan media *digital* untuk memasarkan klien sehingga mereka bisa diuntungkan melalui jasa *Marketing Agency*.

Salah satu *marketing agency* tersebut adalah Milkyano Digital Media; sebuah *marketing agency* yang berada di Australia yang menjadi tempat magang untuk penulis. Milkyano Digital Media adalah *marketing agency* yang bergerak dalam pemasaran digital melalui video konten, poster, dan media sosial. Semua konten diproduksi oleh Milkyano Digital Media sendiri, dan juga dipasarkan oleh Milkyano Digital Media juga.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Tujuan magang di Milkyano Digital Media sebagai *Social Media Manager* adalah sebagai berikut :

1. mempraktikkan distribusi dan promosi konten berbasis video dalam pemasaran digital.
2. Memahami hubungan antara produksi film atau video dengan strategi keterlibatan audiens di platform media sosial.
3. Mengembangkan keterampilan dalam penulisan *copywriting*
Mengembangkan keterampilan dalam penulisan *copywriting* yang persuasif dan komunikasi strategis untuk media digital.
4. Memperoleh pengetahuan mengenai analitik media sosial sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja konten dan respon audiens.
5. Menerapkan kompetensi kreatif dan teknis dari studi film untuk meningkatkan efektivitas inisiatif pemasaran konten.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses magang ini dimulai ketika melamar di Milkyano Digital Media melalui koneksi yang merekomendasikan penulis kepada founder Milkyano Digital Media. Kemudian magang dimulai pada 1 Agustus dan berakhir di 1 Oktober, dan

berkesempatan untuk lanjut bekerja di Milkyano Digital Media. Penulis akan magang dengan posisi *Social Media Manager* untuk beberapa akun sosial media klien. Salah satu *selling point* Milkyano Digital Media adalah produksi konten yang ringkas dengan kualitas maksimal. Penulis bertanggung jawab untuk menentukan tanggal dan upload seluruh konten, membalas komentar, serta membuat *copywriting* untuk *caption* dan juga *thumbnail* dari video yang akan di upload.

